

# Uso de información basada en evidencia para crear un cambio de comportamiento

CUOTA

## Aumentar el comportamiento seguro de COVID en Sudáfrica

Perspectivas de Verificado

*“ Muchas campañas se enfocan en celebridades, personas influyentes de alto perfil y audiencias en general. No siempre exploran el poder de las campañas dirigidas específicamente que utilizan microinfluencers y campeones de la comunidad como voces principales. Elevar las voces de la comunidad aumentó la confianza, el apoyo y, lo que es más importante, la aceptación de nuestros mensajes. Esto aumentó el impacto de nuestra campaña, ayudándonos a cambiar las normas sociales en la comunidad”. – George Mwangala, director asociado de campaña de Verified*



Las comunicaciones pueden cambiar el comportamiento de manera efectiva, pero deben hacerse de la manera correcta. Para Zwakala, nuestra iniciativa para promover el uso de mascarillas y la vacunación en Khayelitsha, un municipio de Ciudad del Cabo, Sudáfrica, utilizamos información basada en evidencia sobre la persuasión y el cambio de comportamiento para crear una campaña relevante y eficaz.

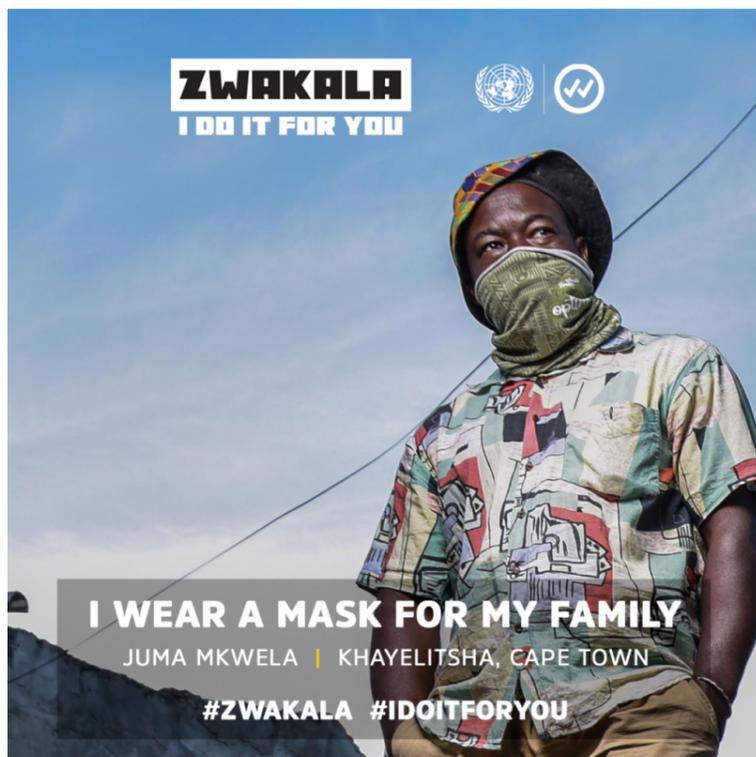
Con base en nuestra investigación, diseñamos una campaña para cambiar las normas sociales (cómo las personas piensan que sus compañeros se sienten o actúan) en torno al comportamiento seguro de COVID y aumentar la sensación de nuestra audiencia de que ellos y sus seres queridos estaban en riesgo por el virus.

Diseñamos nuestra campaña en colaboración con campeones de la comunidad local que interactuaban todos los días con los jóvenes del municipio. Esto creó una campaña que fue contextualizada y fundamentada dentro de la comunidad y fomentó un sentido de propiedad local. Los resultados fueron nítidos, amigables y locales y ayudaron a establecer el comportamiento seguro de COVID como una norma social en la comunidad.

La investigación de la ciencia del comportamiento nos dijo que necesitábamos aumentar la percepción de riesgo de las personas, la sensación de que existe una amenaza para ellos mismos o sus seres queridos, al mismo tiempo que los empoderamos para que sientan que pueden hacer algo al respecto. Nuestros grupos de enfoque y escucha social revelaron que los jóvenes en Khayelitsha no se sentían en riesgo por el virus; sin embargo, estaban preocupados por sus familiares mayores y las personas de su

comunidad. Esto nos llevó a enfatizar el riesgo de COVID-19 para la comunidad en general, y cómo los jóvenes podrían liderar el camino para reducir ese riesgo con el simple hecho de usar una máscara.

CUOTA



El éxito de la campaña de Zwakala llevó al gobierno sudafricano y socios como UNICEF a adoptar su modelo. Se amplió a nivel nacional en Sudáfrica, con un mensaje centrado en la confianza y aceptación de la vacuna. El conjunto de herramientas de campaña que creamos para nuestros socios, incluidos los Centros de Información de las Naciones Unidas, les ha permitido adoptar el modelo para campañas en otras regiones. Nuestra campaña actual en Kenia también sigue este modelo, en asociación con el Ministerio de Salud de Kenia.

Si desea obtener más información, lea nuestras ideas sobre el uso de información basada en evidencia para crear campañas impactantes.

DESCARGAR PDF

## Más reciente



### Campaña #ForEachOne para combatir la violencia contra las mujeres

Solidaridad Mundial



### Uso de información basada en evidencia para crear un cambio

## Explorar temas

Información de  
salud de COVID-19  
Vacunas para  
COVID-19  
Lucha contra la  
desinformación  
Solidaridad  
Mundial  
Perspectivas de  
Verificado

# ae comportamiento

Perspectivas de Verificado



TEMAS

Vacunas para COVID-19

Información de salud de COVID-19

Lucha contra la desinformación

Solidaridad Mundial

CAMPAÑAS

Campeones verificados

Zwakala

#PromesadePausa

#SoloJuntos

Decide #ItsPossible

ACERCA DE VERIFICADO

Nuestra misión

Colaboradores

Términos y privacidad

Comunicados de prensa

Conviértete en un voluntario de información. Comparta información que salva vidas con sus redes.

SUSCRIBIR

Verified es una iniciativa de las Naciones Unidas, en colaboración con Purpose, para reducir el ruido y brindar información vital sobre el COVID-19.

CUOTA

